

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PARTE 0 Introducción y objetivos. Pág. 9

PARTE I Una aproximación al tiempo del transmedia. Pág. 22

1.1 El lugar del transmedia. Pág. 27

1.1.1 Primer choque. Lo físico (no lo real) y lo virtual. Pág. 31

1.1.2 Segundo choque. Espacio de tensión (dos esferas). Pág. 36

1.1.3 El espacio híbrido, lo intermedio como campo de acción. Pág. 41

1.2 La base de la teoría transmedia. Pág. 42

1.2.1 Convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva. Pág.43

1.2.2 Dimensiones de la convergencia. Pág.45

1.2.3 El lugar de la convergencia. Pág.49

1.2.4 La contradicción. Pág.51

1.3 Acotar el campo de acción. Pág.53

1.3.1 Espacios para el ejercicio de poder/contrapoder. Pág.56

1.3.2 Mirada y latido. Pág.59

1.3.3 La mirada omnipresente. Pág.62

1.3.4 Imagen libre, despedazada y recompuesta Pág.64

1.3.5 El concepto *prosumer*: entre la autoexplotación y la nueva potencia política. Pág. 65

1.3.6 Tecropolítica. Pág.70

1.4 Conclusiones de la parte I. Pág.73

PARTE II El transmedia como narración. Pág.74

2.1 Acotar el espacio Pág.75

2.2 Nuevas narrativas y propagación del contenido. Pág.76

2.2.1 ¿Qué define una narración?. Pág.77

2.2.2 El relato. Pág.78

2.2.3 División. Pág.79

2.2.4 El dispositivo manda. Pág.80

2.3 Definir el transmedia; abarcar un todo Pág.84

2.3.1 Los principios del transmedia; Jenkins, Gómez y Pratten. Pág.90

2.3.1.1 Los 7 principios del transmedia según Henry Jenkins Pág.91

2.3.1.2 Los 8 principios del transmedia según Jeff Gómez .Pág.94

2.3.1.3 Los 7 principios de la narración transmedia según Robert Pratten. Pág.98

2.3.1.4 Buscar la definición. Pág.101

2.4 Conclusiones a las parte II. *Pág.104*

PARTE III El marco teórico del transmedia. Público y contenido. *Pág. 106*

3.1 Contexto cultural. *Pág.107*

3.1.1 El punto de partida: La cultura visual. *Pág.107*

3.1.2 El anhelo de empoderamiento. *Pág.110*

3.1.3 Caer en la trampa. *Pág.115*

3.2 El papel del público en las narrativas transmedia. *Pág.117*

3.2.1 El cambio de rol. *Pág.117*

3.2.2 Compromiso de participación. *Pág.119*

3.2.3 Creación de contenido. *Pág.122*

3.2.4 Nuevos y viejos consumidores. *Pág.126*

3.3 Propagar el contenido. *Pág.131*

3.3.1 Campos de acción. *Pág.132*

3.3.2 Estrategias de propagabilidad y tipos de contenidos propagables. *Pág.134*

3.3.3 Conclusiones sobre la propagabilidad. *Pág.139*

3.3.4 La propagación del microrrelato. . *Pág.140*

3.4 Conclusiones a la parte III. *Pág.144*

PARTE IV Construcción de mundos. El espacio de la narración. *Pág.146*

4.1 Desbordar lo lineal. *Pág.147*

4.2 Construcción de mundos. *Pág.148*

4.2.1 De nuevo, el público. *Pág.149*

4.2.2 Desarrollo del mundo narrativo. *Pág.151*

4.2.3 Motivación y recompensa. *Pág.154*

4.2.4 Creación de comunidades. *Pág.155*

4.2.5 Conclusiones para la creación de mundos. *Pág.156*

4.3 El lugar para lo político. *Pág. 158*

4.3.1 Espacio de relaciones. *Pág.158*

4.3.2 Desgranar el escenario. *Pág.160*

4.3.3 La creación del vínculo. *Pág.163*

4.3.4 Implicaciones de la red. *Pág.166*

4.3.5 El objetivo y el camino. *Pág.167*

4.4 La lógica transmedia (elementos extrapolables). *Pág.169*

4.5 Conclusiones a la parte IV. *Pág.172*

PARTE V. Acotar la identidad. Buscar lo común. *Pág.174*

- 5.1 Convivencia de marcos. *Pág.175*
- 5.2 Ficción política e interioridad común. *Pág.184*
- 5.3 Identidad compartida (2011-2014) . *Pág.186*
 - 5.3.1 Ejes. *Pág.187*
- 5.4 Encontrar el rol. Usuario participante. *Pág.192*
 - 5.4.1 Grados de compromiso desde la lógica transmedia. *Pág.194*
 - 5.4.2 Revisar los conceptos. *Pág.195*
 - 5.4.2.1 Ciberactivismo. *Pág.195*
 - 5.4.2.2 Hacktivismo. *Pág.196*
 - 5.4.2.3 Periodismo participativo. *Pág.197*
 - 5.4.2.4 Audiencia creativa. *Pág.199*
 - 5.4.2.5 El peligro de la red. *Pág.199*
 - 5.4.3 Usuario participante o el compromiso de nivel bajo. *Pág.201*
 - 5.4.4 Nuevos sentimientos colectivos. *Pág.206*
- 5.5 Conclusiones a la parte V. *Pág.208*

PARTE VI. El 15M como mundo narrativo. El transmedia en el movimiento y el caso Ester Quintana. *Pág.210*

- 6.1 Introducción y justificación del estudio de casos. *Pág.211*
 - 6.1.1 Perspectiva de análisis. *Pág.213*
 - 6.1.2 Antecedentes, herencia política y producción visual. *Pág.217*
 - 6.1.2.1 Introducción. *Pág.217*
 - 6.1.2.2 Encontrar la herencia. *Pág.220*
 - 6.1.2.3 Vestigios del siglo XX. *Pág.221*
 - 6.1.2.4 Yippies, Provos y Kommune 1. *Pág.230*
 - 6.1.2.5 La entrada de la red. *Pág.238*
 - 6.1.2.6 Antecedentes en España. *Pág.241*
- 6.2 El 15M como mundo narrativo. *Pág.247*
 - 6.2.1 El caldo de cultivo. La fuerza del movimiento. *Pág.249*
 - 6.2.2 Infraestructuras comunicativas autogestionadas . *Pág.256*
 - 6.2.2.1 Comisiones relacionadas. La inteligencia colectiva. *Pág.257*
 - 6.2.2.2 Red n-1. *Pág.258*
 - 6.2.2.3 Renovar los medios tradicionales. *Pág.259*
 - 6.2.2.4 Conquistar el audiovisual. *Pág.260*
 - 6.2.2.5 El *streaming* como arma. *Pág.262*
 - 6.2.3 Casos transmedia alrededor del movimiento 15M . *Pág.264*
 - 6.2.3.1 El proyecto Bookcamping. *Pág.264*
 - 6.2.3.2 15mCC. *Pág.265*
- 6.3 El caso Ester Quintana en el 14N. Cronología de un trabajo colectivo. *Pág.267*
 - 6.3.1 Perder un ojo. *Pág.268*
 - 6.3.2 Desmentir la mentira. *Pág.270*
 - 6.3.3 Apoyo social. *Pág.271*
 - 6.3.4 La campaña #ojocontuajo. *Pág.273*

6.3.5 Avances y resolución del caso. *Pág.277*

6.3.6 Contaminar todos los espacios. *Pág.280*

6.4 Aplicar el transmedia. *Pág.282*

6.4.1 Puntos de entrada. *Pág.283*

6.4.2 El papel de cada medio. *Pág.285*

6.4.3 El mundo narrativo. *Pág.287*

6.4.4 El devenir transmedia. Entre el diseño previo y el desarrollo orgánico. *Pág.289*

PARTE VII. Conclusiones. *Pág.295*

PARTE VIII .Bibliografía. *Pág.302*

8.1 Libros, artículos en revistas científicas y Tesis Doctorales. *Pág.303*

8.2 Páginas web, entradas en blogs, artículos de prensa y canales de vídeo. *Pág.312*

PARTE IX. Índice de imágenes. *Pág.327*